



di DENNIS DE LUCA

<https://www.linkedin.com/in/dennis-deluca/>

LINKEDIN PER IL PERSONAL BRANDING

CANOVACCIO

Short brief



OTTIMIZZAZIONE PROFILO



CREAZIONI CONTENUTI



ANALISI SSI

OTTIMIZZAZIONE PROFILO

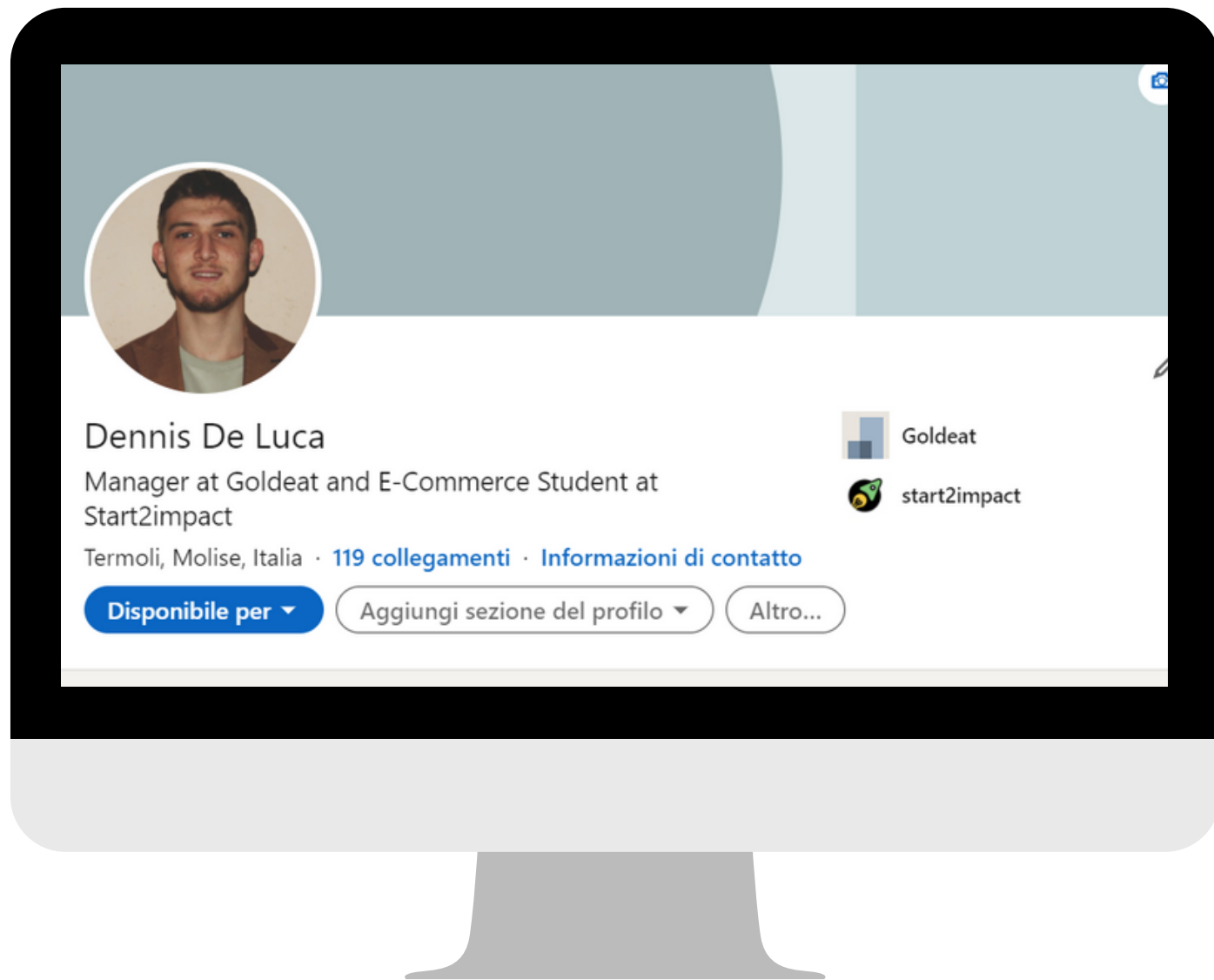
Target

Il mio profilo si rivolge a chi, come me, ha interessi nel campo del **digital marketing**, ma anche in quello dell'**imprenditoria**.

Obiettivi

Con il mio profilo Linkedin condividerò **post inerenti** al mio **percorso studi start2impact**, variando tra pubblicazioni di progetti (che possono essere da spunto per gli studenti S2I presenti nel mio network) e pubblicazioni di nuove competenze acquisite, e post inerenti alla mia **attuale attività imprenditoriale** Goldeat.

Profilo - #1



● Foto profilo >>

Ho inserito una **foto professionale**, dove accenno un **sorriso** per trasferire **empatia**.

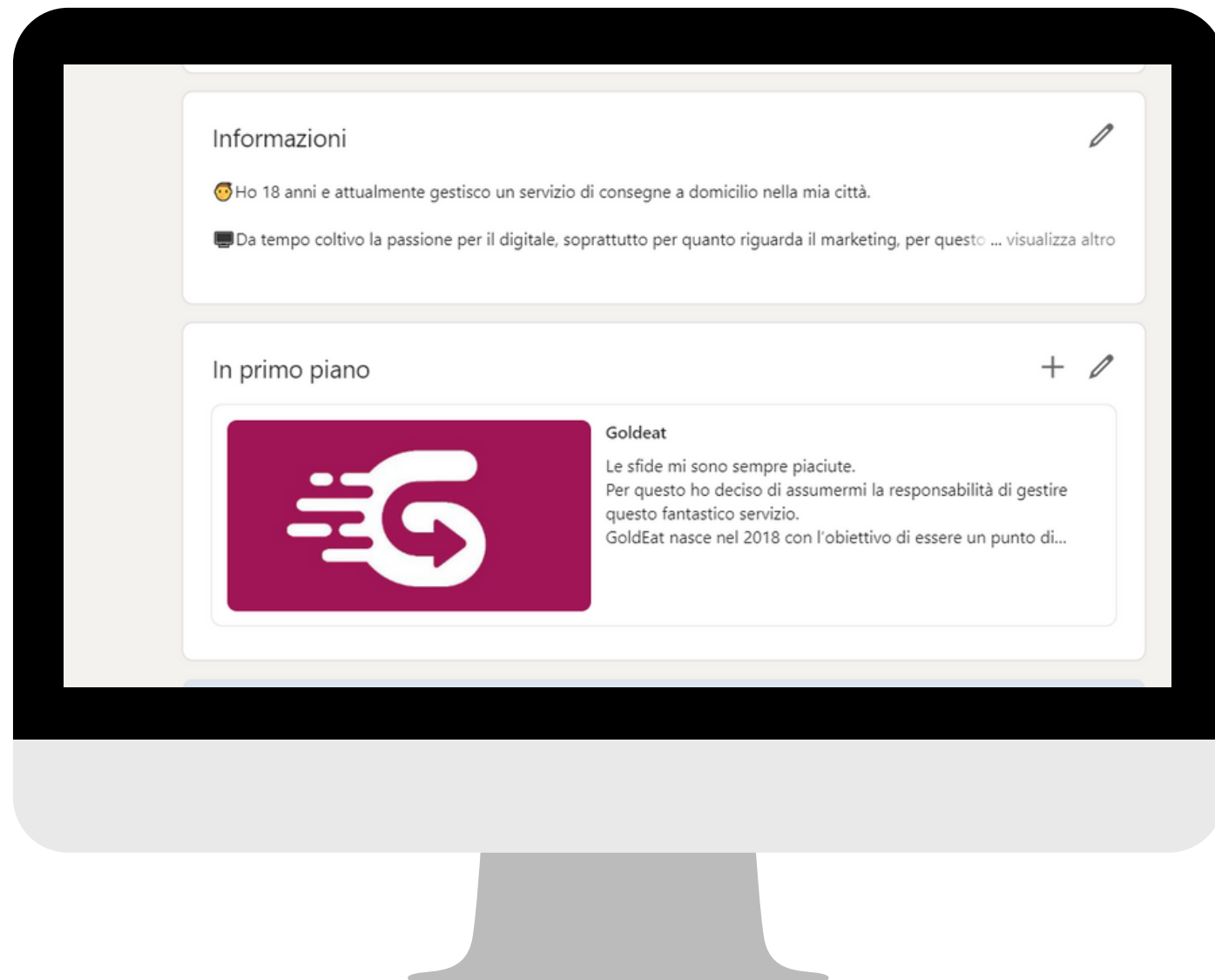
Questo perché:

- un profilo con foto ha 14 volte maggiori probabilità di essere visualizzato
- un profilo senza foto viene penalizzato nei risultati di ricerca interna

● Headline >>

Ho inserito una headline per far capire al visitatore le mie **attuali occupazioni**. Ho optato per una headline **in lingua inglese** per rendere il mio profilo 'internazionale'.

Profilo - #2



● Riepilogo >>

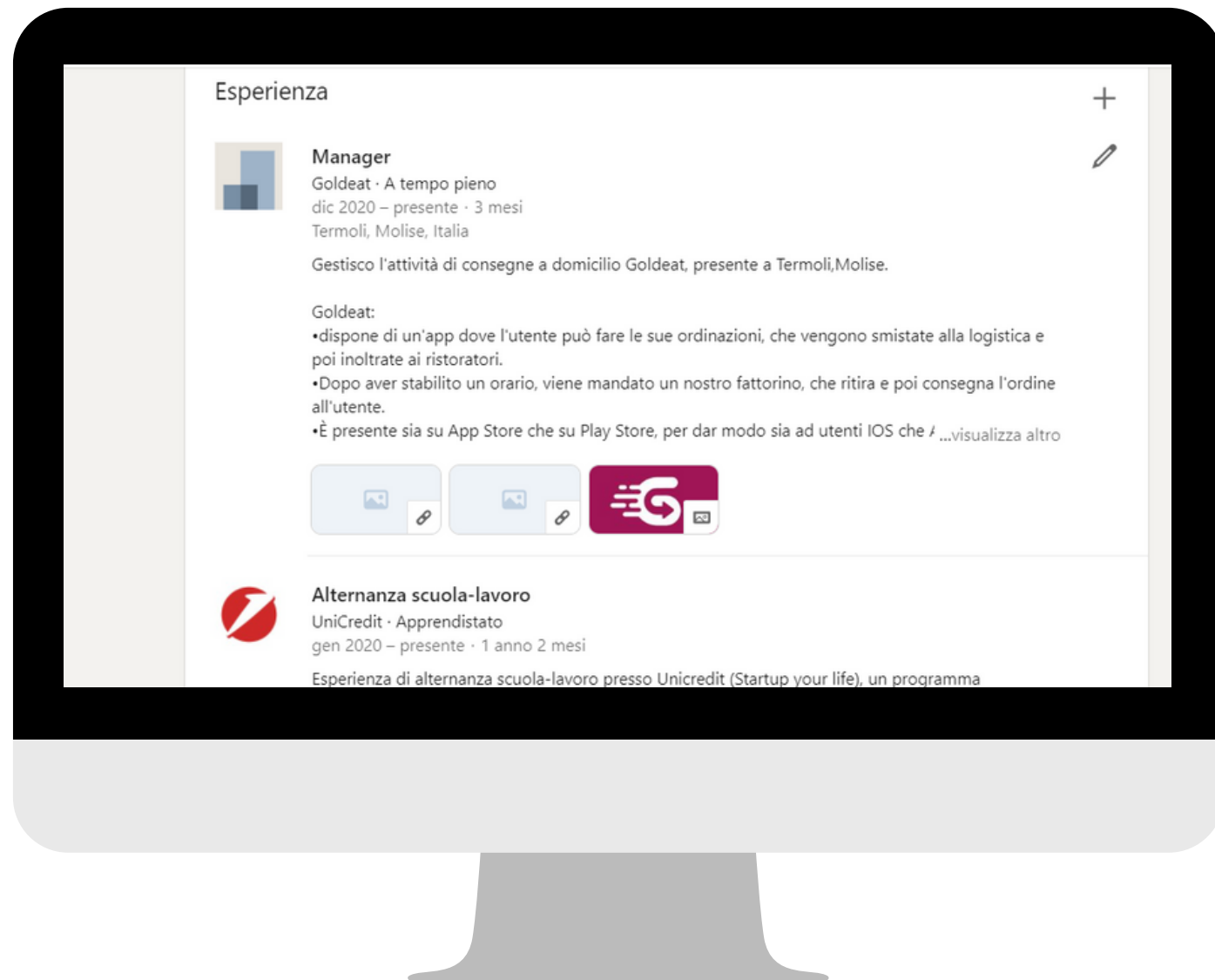
Ho inserito un riepilogo contenente un **sunto di tutte le mie informazioni**, quali:

- età
- attuale occupazione
- obiettivi
- values
- CTA

● In primo piano >>

Ho inserito la **storia del mio servizio di consegne a domicilio**, puntando l'attenzione su quanto mi piacciono le **sfide**: 'Le sfide mi sono sempre piaciute'.

Profilo - #3



● Esperienze >>

Ho inserito **esperienze lavorative propedeutiche** alla professione ricercata e ai miei obiettivi.

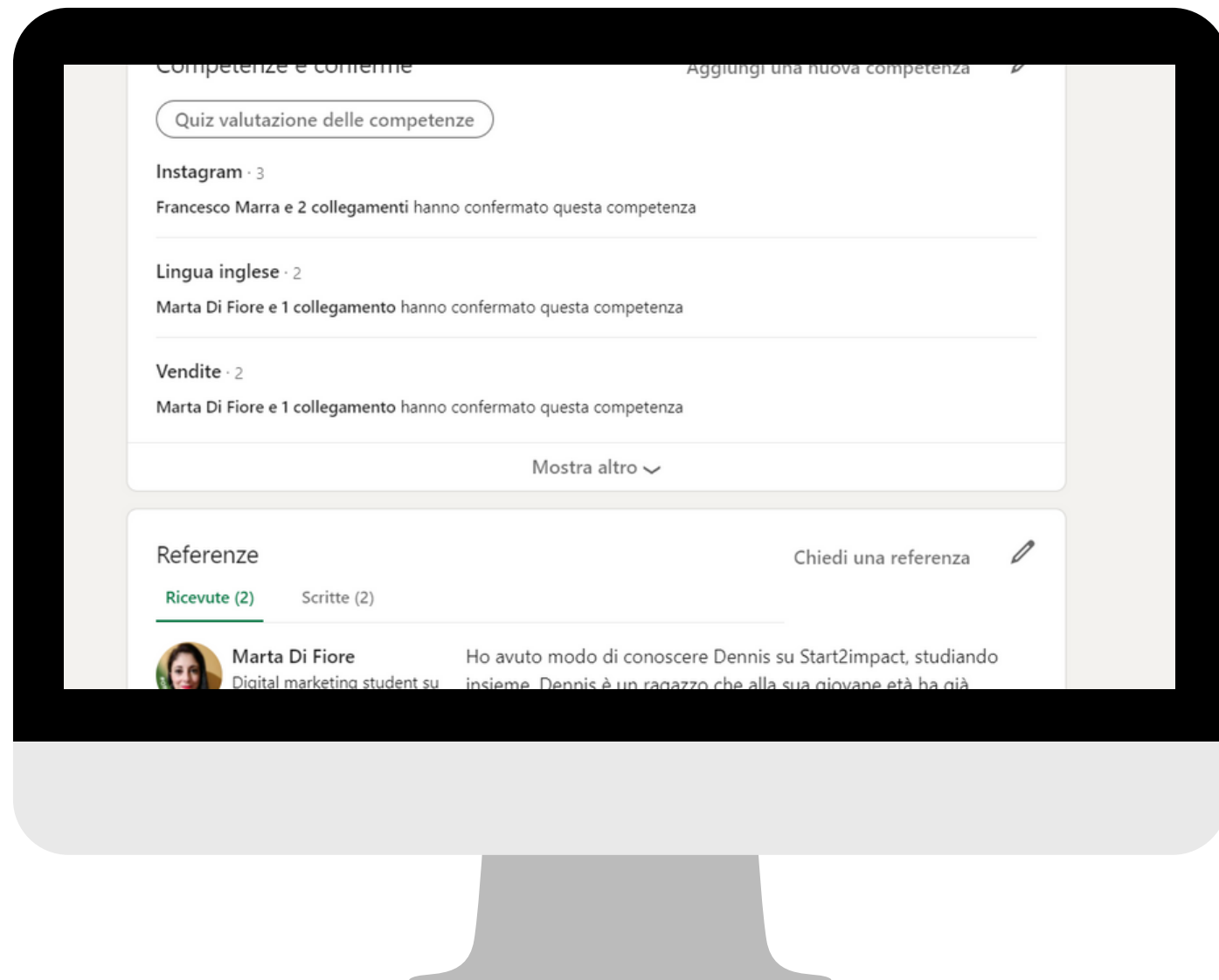
Ho anche **allegato materiali** quali: il logo e i link social della mia attività, per **aumentare la fiducia e mostrare in concreto i miei lavori**.

● Formazione >>

Ho inserito una headline per far capire al visitatore le mie **attuali occupazioni**.

Ho optato per una headline **in lingua inglese** per rendere il mio profilo 'internazionale'.

Profilo - #4



● Competenze >>

Ho inserito **solo competenze concrete**, evitando di aggiungerne altre che risultassero astratte e non reali. Alcune di queste mi sono state confermate da altri utenti LinkedIn.

● Referenze >>

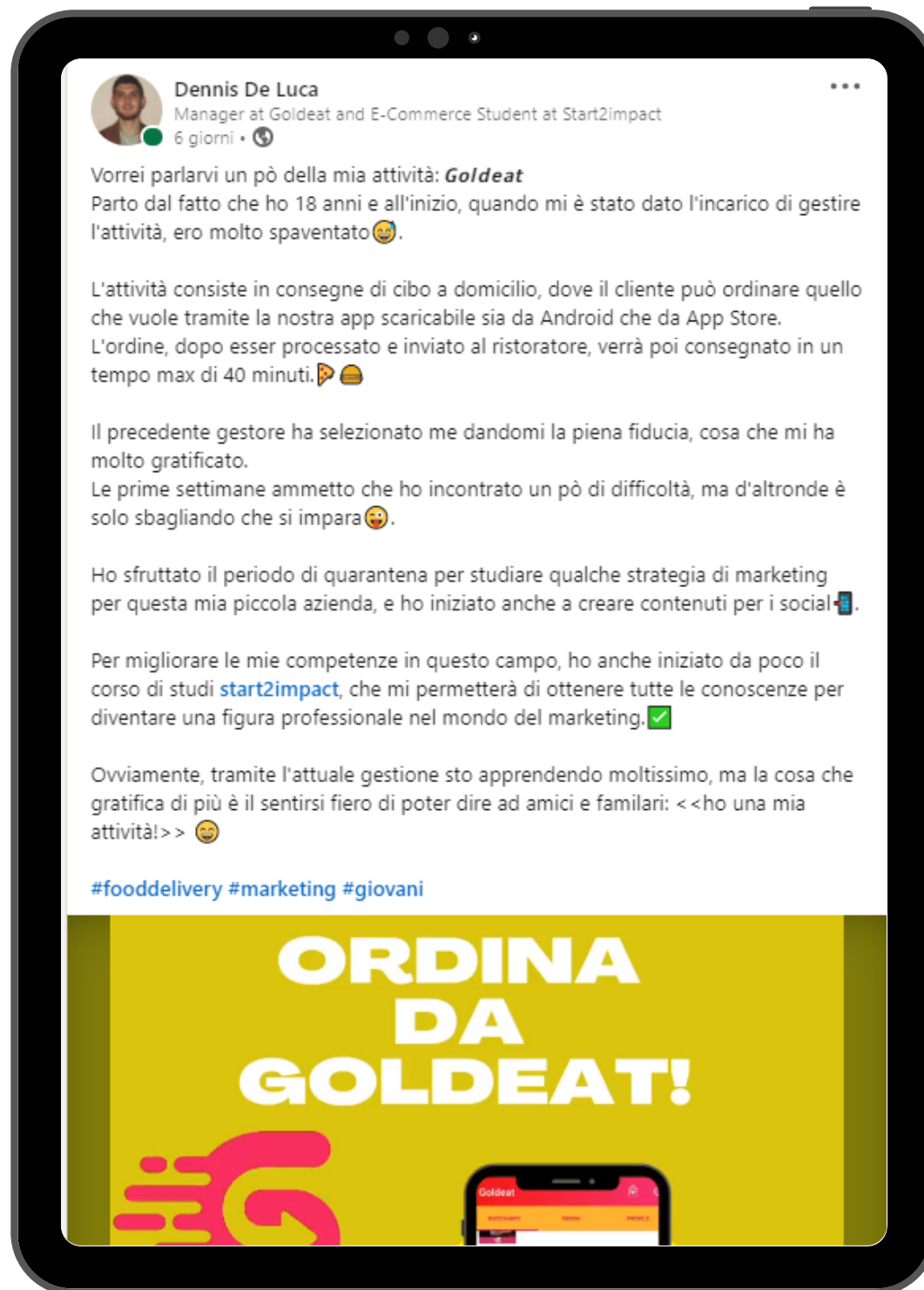
Ho ricevuto referenze da altri studenti S2I, che ho scelto di mostrarle nel mio profilo per **aumentare la riprova sociale** del mio personal brand.

CREAZIONE CONTENUTI

Primo Post

RISULTATI

-19 reazioni
-0 commenti
-128 visual (video)



Per iniziare la mia attività in LinkedIn, dopo aver ottimizzato in profilo e creato un network sostanzioso e targetizzato, ho voluto creare un post inerente alla mia **attività imprenditoriale**.

Ho scelto come contenuto multimediale un **video**.

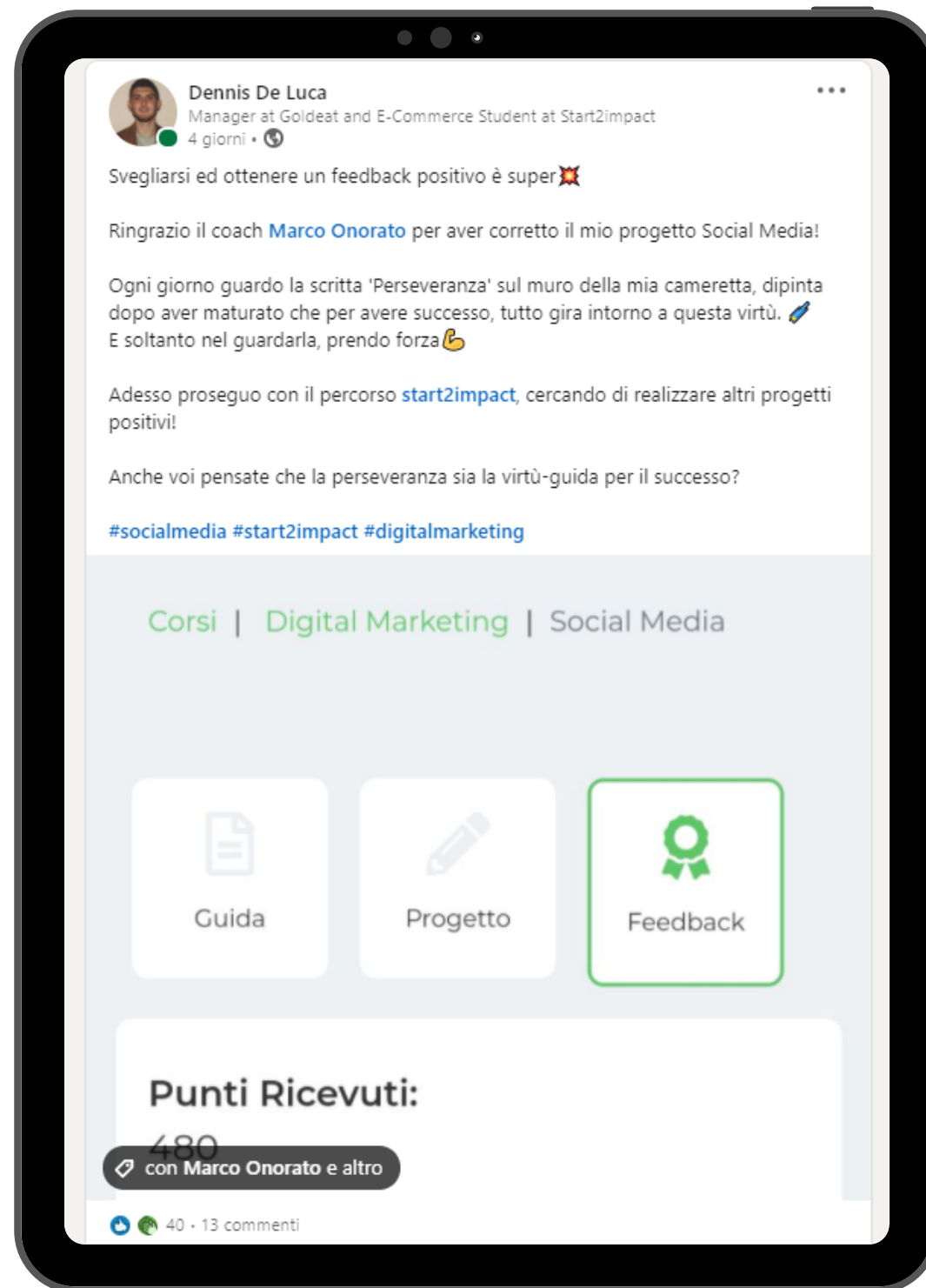
Ho utilizzato diversi **tips di copywriting** per stendere un **testo stimolante**, che dia all'utente LinkedIn lo stimolo di soffermarsi sul post e leggerlo con attenzione.

Tra le tips utilizzate, si possono notare:

- emoji
- suddivisione in paragrafi
- utilizzo di numeri
- utilizzo di linguaggio semplice
- principio di simpatia
- principio di autorevolezza
- hashtags

[Clicca qui per essere reindirizzato al post](#)

Secondo Post



RISULTATI

-43 reazioni
-13 commenti
-3364 visual

Nel secondo post, faccio notare al mio network quanto sia gratificante ottenere un **feedback S2I**, soprattutto se lo si ottiene al mattino.

Ho preso spunto da ciò per parlare della **perseveranza**, il core value del mio personal brand, e chiedere al mio network cosa ne pensa a riguardo.

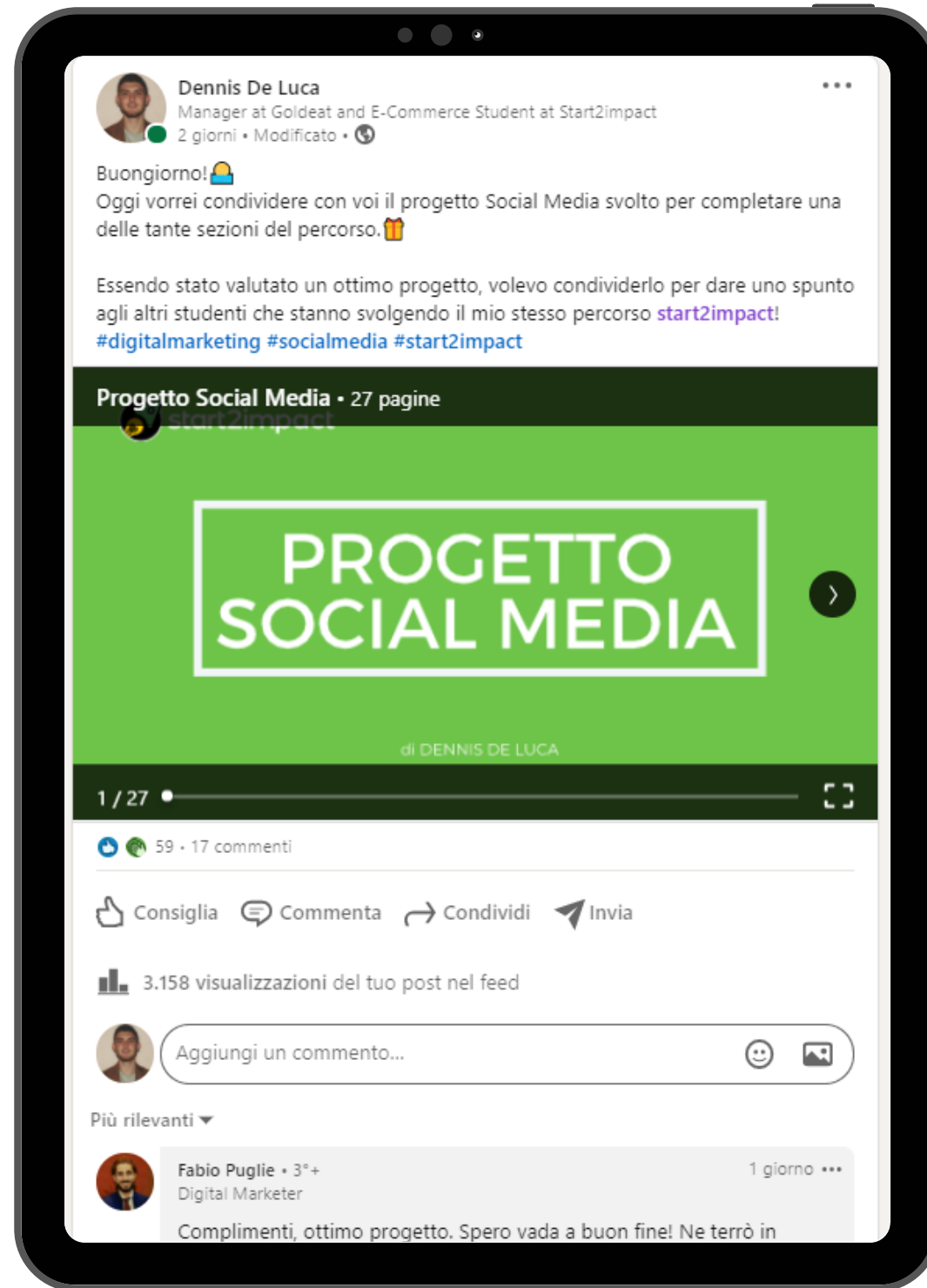
Ho utilizzato diversi **tips di copywriting** per stendere un **testo stimolante**, che dia all'utente LinkedIn lo stimolo di soffermarsi sul post e leggerlo con attenzione.

Tra le tips utilizzate, si possono notare:

- emoji
- suddivisione in paragrafi
- utilizzo di linguaggio semplice
- principio di autorevolezza
- hashtags

[Clicca qui per essere reindirizzato al post](#)

Terzo Post



RISULTATI

-61 reazioni
-19 commenti
-3356 visual

Per il terzo post, ho deciso di riprendere il filone del post precedente (Secondo post) per **'regalare'** al mio network **un contenuto di valore**, che potrebbe risultare utile a molto di loro.

Si tratta del pdf del **mio progetto Social Media**.

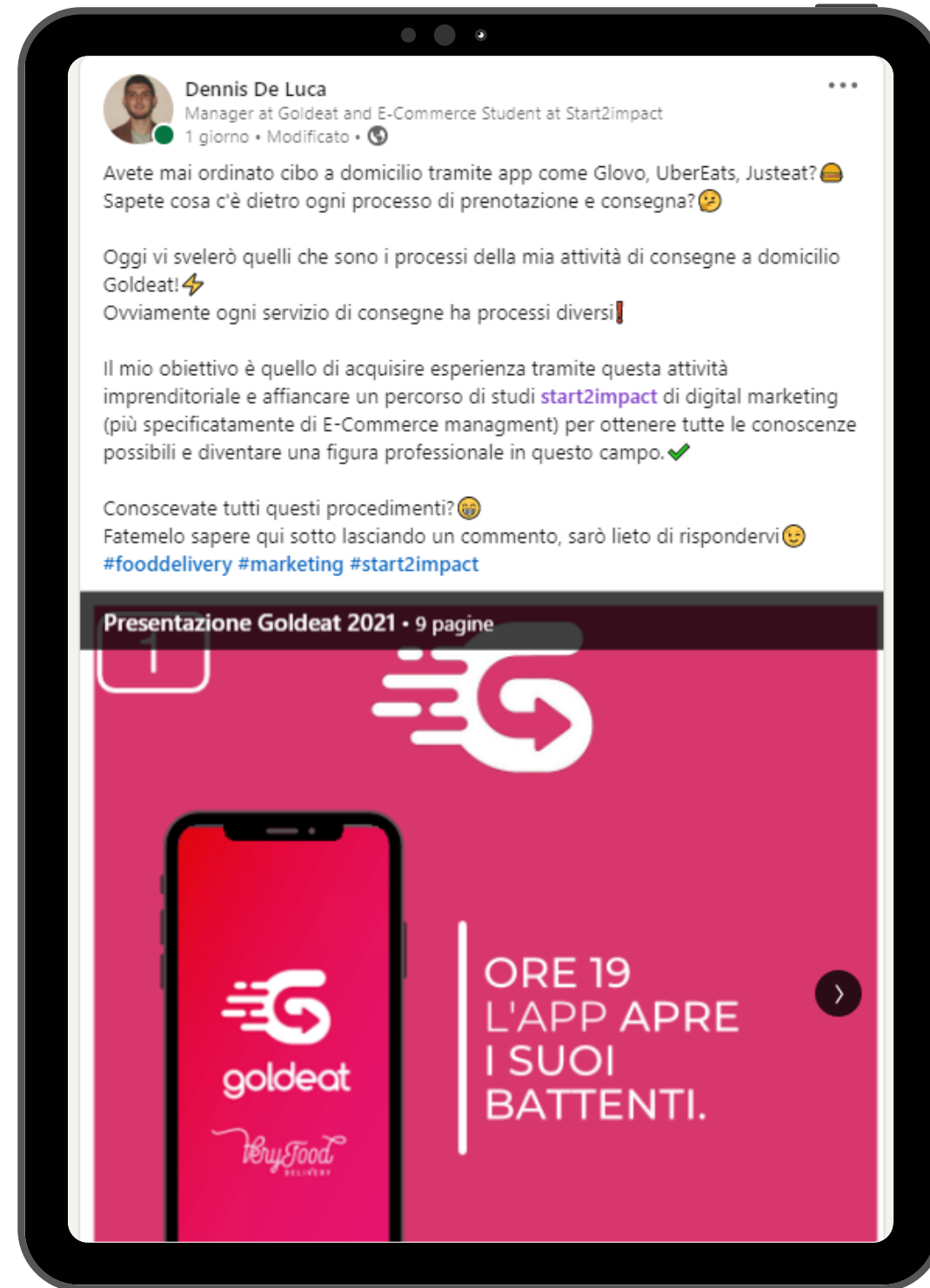
Ho utilizzato diversi **tips di copywriting** per stendere un **testo stimolante**, che dia all'utente LinkedIn lo stimolo di soffermarsi sul post e leggerlo con attenzione.

Tra le tips utilizzate, si possono notare:

- emoji
- suddivisione in paragrafi
- utilizzo di linguaggio semplice
- principio di reciprocità
- principio di autorevolezza
- hashtags

[Clicca qui per essere reindirizzato al post](#)

Quarto Post



RISULTATI

-25 reazioni
-1 commenti
-1412 visual

Nel quarto post, ho scelto di dare **ulteriori informazioni sulla mia attività di imprenditoria**, creando una **presentazione ad hoc** e spiegando i **processi di consegna**. Può anche questo risultare un contenuto di valore, perchè molti utenti prima di vedere questo post non conoscevano quali processi ci fossero dietro un loro ordine.

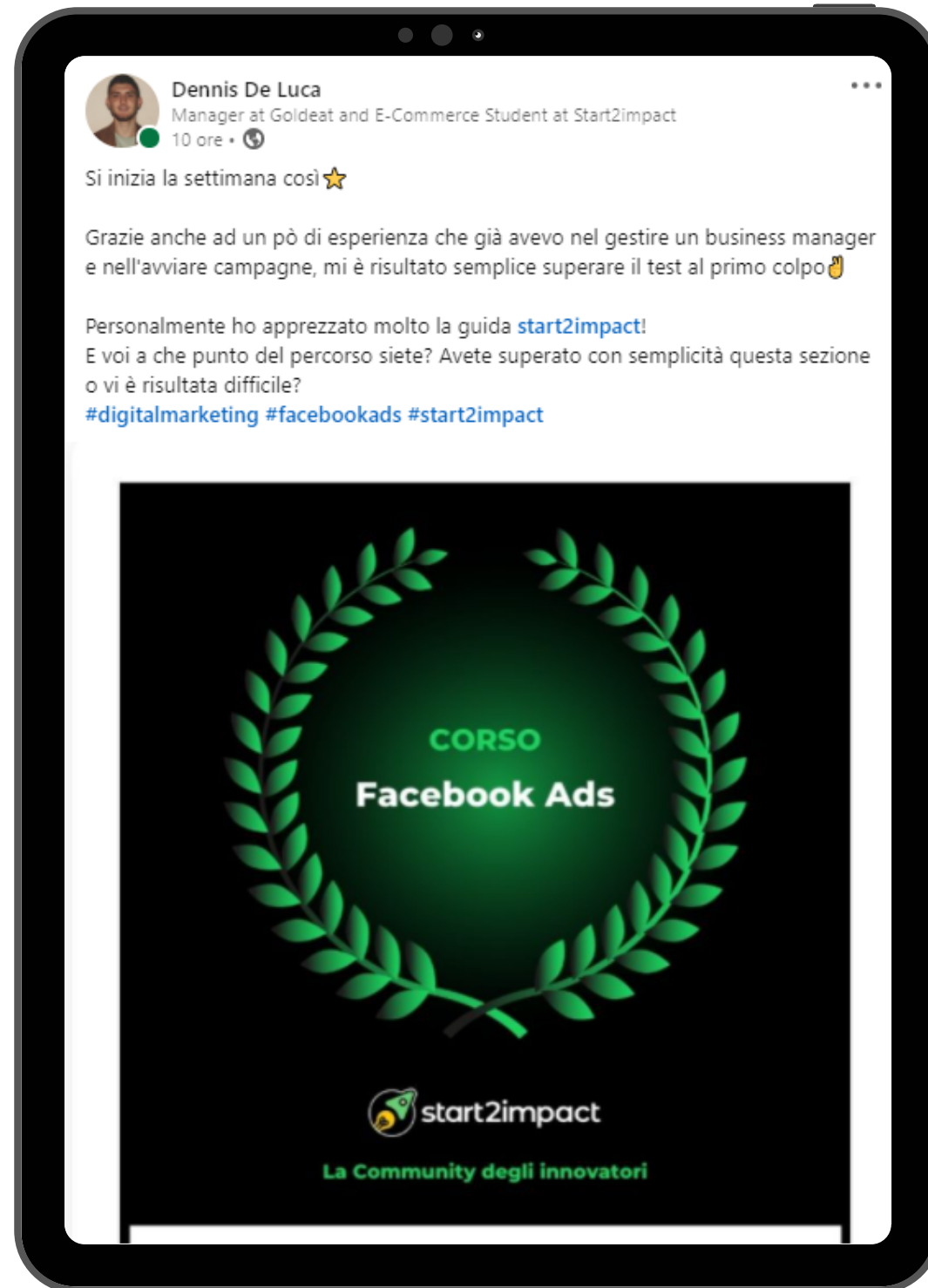
Ho utilizzato diversi **tips di copywriting** per stendere un **testo stimolante**, che dia all'utente LinkedIn lo stimolo di soffermarsi sul post e leggerlo con attenzione.

Tra le tips utilizzate, si possono notare:

- emoji
- suddivisione in paragrafi
- utilizzo di linguaggio semplice
- principio di autorevolezza
- principio di reciprocità
- hashtags

[Clicca qui per essere reindirizzato al post](#)

Quinto Post



RISULTATI

-18 reazioni
-11 commenti
-924 visual

Per il quinto post, ho continuato a condividere quelli che sono gli **step raggiunti del mio percorso S2I**.

Ho chiesto al network se alcuni di loro avessero trovato difficile o no il test, ed ho **ricevuto risposte interessanti**.

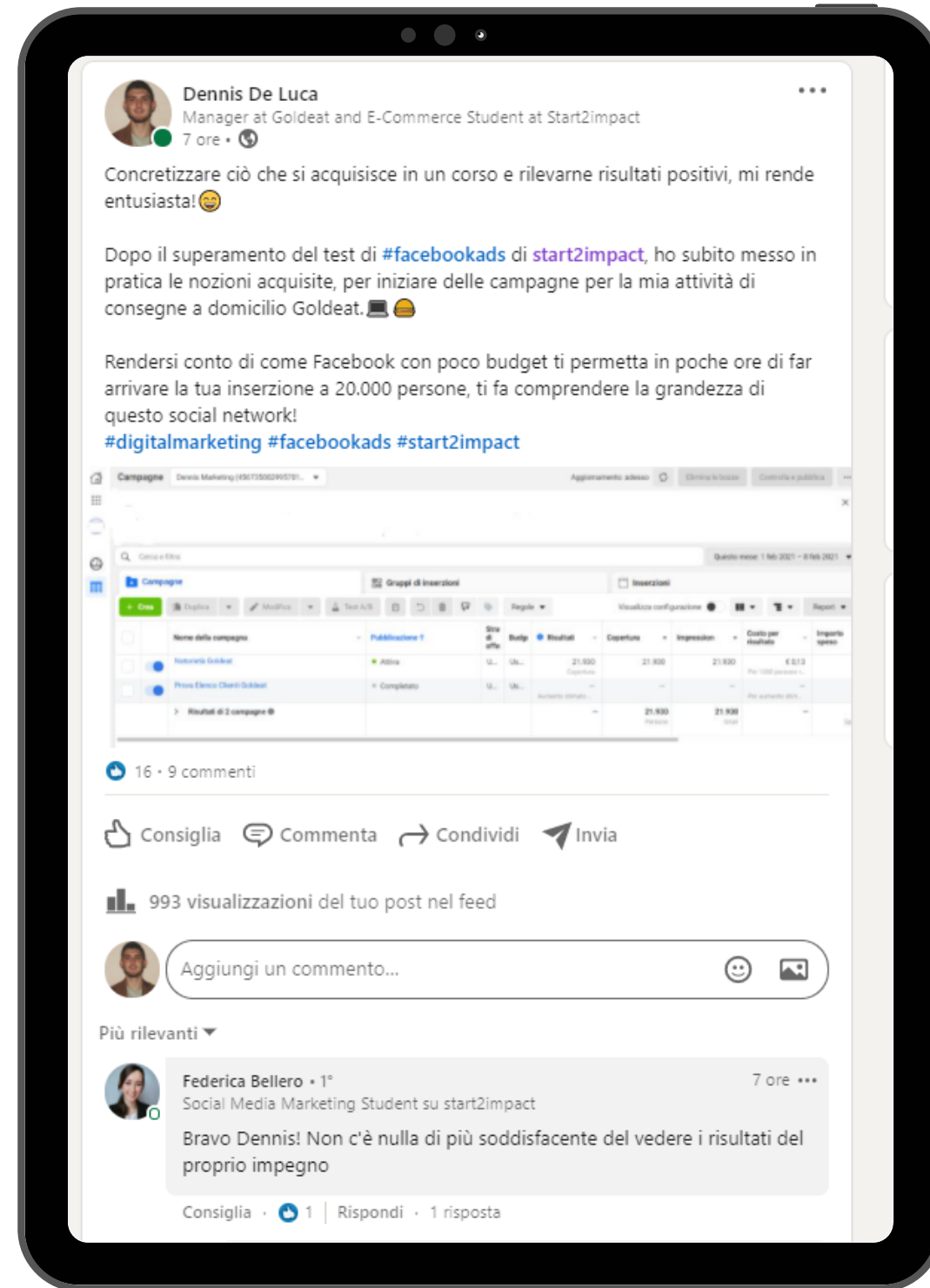
Ho utilizzato diversi **tips di copywriting** per stendere un **testo stimolante**, che dia all'utente LinkedIn lo stimolo di soffermarsi sul post e leggerlo con attenzione.

Tra le tips utilizzate, si possono notare:

- emoji
- suddivisione in paragrafi
- utilizzo di linguaggio semplice
- principio di autorevolezza
- hashtags

[Clicca qui per essere reindirizzato al post](#)

Sesto Post



RISULTATI

-17 reazioni
-11 commenti
-1203 visual

Come sesto e ultimo post, ho optato per un argomento che dia **valore al corso S2I**, facendo capire all'utente quanto ciò che appreso possa essere fondamentale in un **contesto pratico** (nel mio caso, per la mia attività).

Ho utilizzato diversi **tips di copywriting** per stendere un **testo stimolante**, che dia all'utente LinkedIn lo stimolo di soffermarsi sul post e leggerlo con attenzione.

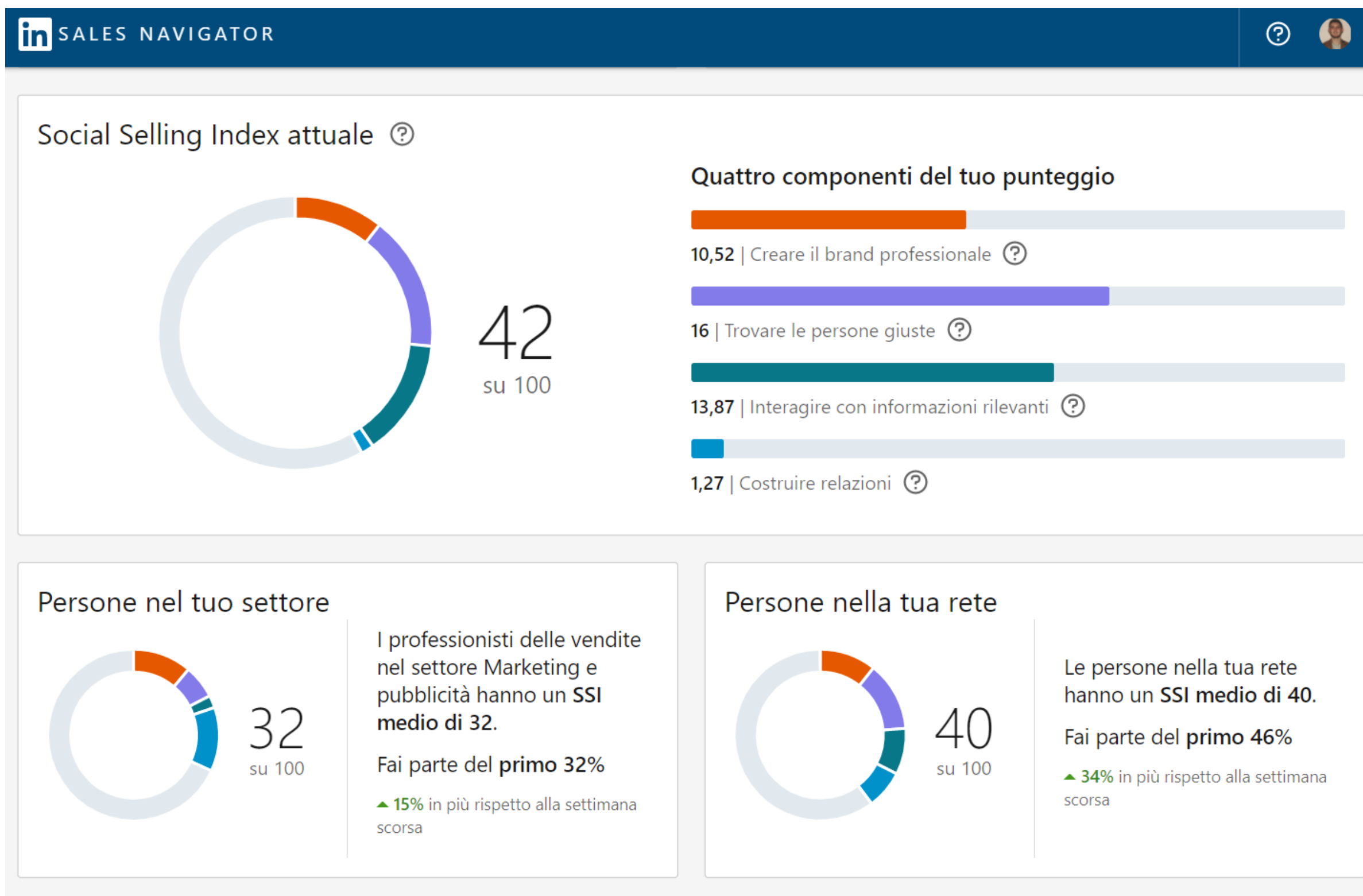
Tra le tips utilizzate, si possono notare:

- emoji
- suddivisione in paragrafi
- utilizzo di numeri
- utilizzo di linguaggio semplice
- principio di autorevolezza
- hashtags

[Clicca qui per essere reindirizzato al post](#)

ANALISI SSI

Social Selling Index



Al termine di questa prima fase di personal branding, il mio **SSI** è di **42 punti**.

Analisi - #1

Andiamo ad analizzare quelli che sono le 4 aree analizzate dall'indicatore SSI.

- Creare il brand personale:** Ha raggiunto il valore di **10,52**, molto vicino alla media del mio settore (11,09).
Ho ottenuto **2 segnalazioni** e **diverse conferme di competenze**; il numero attuale di collegamenti è di 183 (una settimana fa ne erano 0).
Per migliorare il punteggio, dovrò assolutamente **includere articoli LinkedIn Pulse**, oltre che continuare ad ottimizzare i precedenti punti.
- Trovare le persone giuste:** Ha raggiunto il valore di **16**, nettamente **superiore alla media** del mio settore (6,33) e del mio network (13,05).
Ho effettuato una accurata ricerca di **utenti in target**, prediligendo coloro che come me stanno effettuando (o hanno effettuato) il corso S2I.

Analisi - #2

Interagire con informazioni rilevanti:

Ha raggiunto il valore di **13,87**, anche qui superando di molto la media del mio settore (2,33) e del mio network (8,7).

Spesso ho lasciato dei **commenti di valore** sotto post di altri utenti e utilizzato inMail, la maggior parte delle volte però per rispondere a domande di utenti.

Per migliorare il punteggio, dovrò iniziare ad **utilizzare inMail in maniera diretta**, ma anche **partecipare maggiormente ai gruppi**.

Costruire relazioni:

Ha raggiunto il valore di **1,27**, nettamente **inferiore alla media** del mio settore (12,04) e del mio network (7,27).

Per migliorare bisognerà portare avanti con costanza e programmazione le strategie di ottimizzazione.

**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**